

## ELS PRODUCTORS I PRODUCTORES

**Objectiu:** Analitzar la situació mundial del mercat del cafè. Identificar les conseqüències negatives de la caiguda del preu del cafè per a les persones que el cultiven.

**Descripció:** Es proposen tres exercicis als alumnes. El primer, de comprensió lectora, per identificar, mitjançant un exemple real, la situació en què viuen els petits productors. El segon és l'anàlisi d'una corba de l'evolució del preu del cafè des de 1998 fins a 2001, per mostrar la progressiva caiguda dels ingressos dels agricultors. Finalment, l'estudi d'un gràfic de barres per reflexionar sobre la importància de l'exportació del cafè en l'economia de molts països del Tercer Món.

**Orientacions:** S'hauria d'establir un paral·lelisme amb el joc inicial. Els que feien els tetràedres han obtingut poc menjar perquè el seu producte no estava justament valorat. És el que passa amb els petits productors de cafè. Els beneficis que genera el cultiu del cafè es reparteixen de manera injusta i els agricultors són els que reben menys beneficis. Per això, milers de famílies no poden cobrir les seves necessitats bàsiques: alimentació, sanitat, educació. Caldria aprofitar l'exemple de Tatu per comentar la importància de les dones en el manteniment de l'economia familiar. També és oportú assenyalar les repercussions negatives per als països que depenen bàsicament de les exportacions d'un sol producte (monocultius d'herència colonial) per afrontar el deute extern i les inversions en infraestructures i serveis. Etiòpia, per exemple, arran de la caiguda del preu del cafè, ha perdut gairebé 300 milions de dòlars en ingressos de l'exportació durant els dos darrers anys, la meitat dels seus guanys anuals. Convindria que s'adonessin que per als països africans, malgrat que la seva producció de cafè representa un petit percentatge del volum mundial, aquesta caiguda de preus significa un empobriment accelerat.

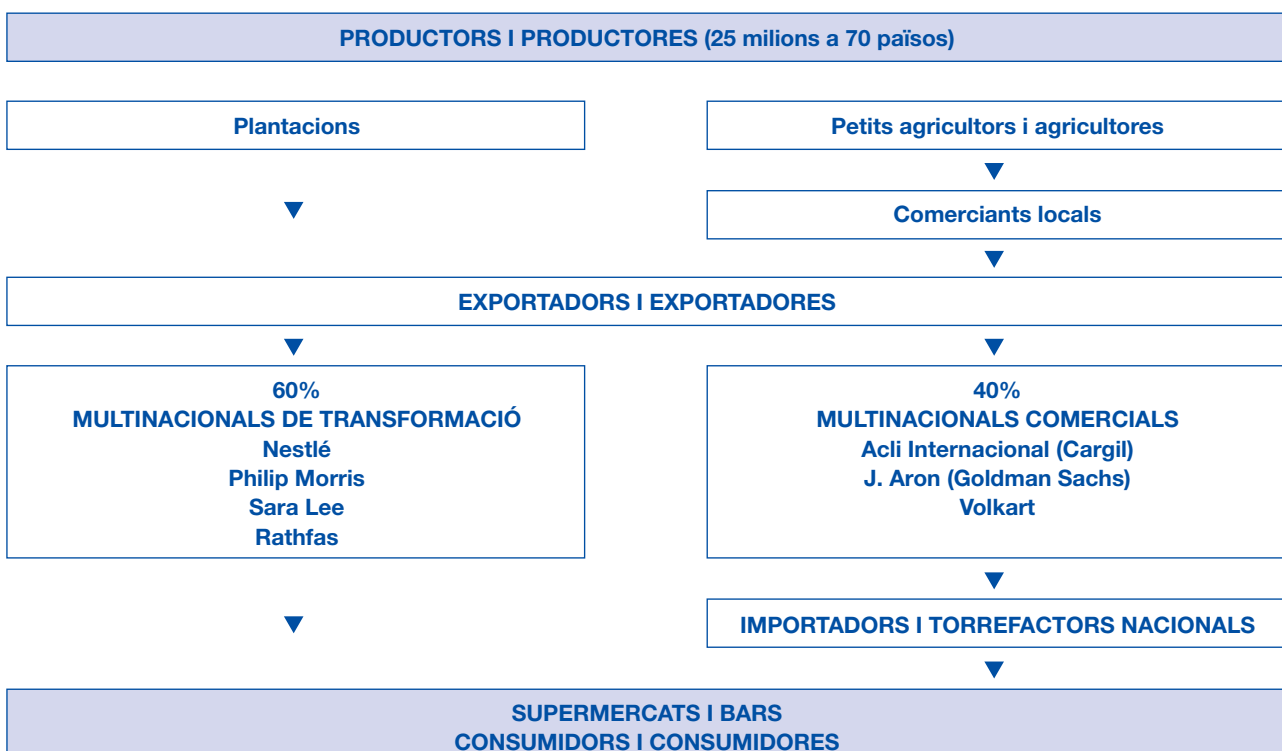
## LES MULTINACIONALS

**Objectiu:** Conèixer què és una gran empresa multinacional i quin és el seu paper en el comerç internacional. Identificar les principals multinacionals del cafè.

**Descripció:** Es proposen quatre exercicis. El primer, de comprensió lectora, per apropar-se al concepte i a les principals característiques de les empreses multinacionals o transnacionals. El segon, de càlcul de percentatges en els beneficis dels diferents actors que intervenen en un paquet de cafè. El tercer, d'anàlisi i síntesi d'una taula, un gràfic i una informació. Finalment, una lectura d'algunes etiquetes de paquets de cafè.

**Orientacions:** En el text sobre les multinacionals convé fer una lectura col·lectiva i deixar clares les idees bàsiques a les quals recorrerem en exercicis posteriors. Quan es faci el càlcul del tant per cent per determinar la importància de cada un dels que participen en el mercat del cafè, podríem explicar el camí que segueix aquest producte.

### EL CAMÍ DEL CAFÈ:



A l'exercici 5 convé assenyalar que encara que el preu del cafè és una mica més alt, el que es paga als productors és cada vegada menys. Per tant, el benefici surt dels agricultors, amb les conseqüències que això comporta per poder viure dignament. Cal destacar un altre factor: el paper que té la Borsa en el preu de cotització del cafè a escala internacional. De fet, una part dels beneficis són financers, però atesa la complexitat del tema es pot obviar, a criteri del professorat. En l'últim exercici es pretén que l'alumnat descobreixi que les principals marques, les més conegudes, pertanyen a tres multinacionals: Marcilla i Soley de Sara Lee Corp., Bonka, Eko i Nescafé, de Nestlé; Saimaza de Altria, antiga Phillip Morris. Aquesta informació també ens servirà per al pròxim exercici.

---

## ELS CONSUMIDORS I CONSUMIDORES

**Objectius:** Adonar-se que, malgrat la complexitat del comerç internacional, hi ha la possibilitat real d'actuar de manera més justa i solidària; conèixer una de les nombroses fonts d'informació que tenim a l'abast per exercir de consumidors responsables; identificar les principals característiques del comerç just i reconèixer-lo com una alternativa possible per a alguns productes.

**Descripció:** Es proposa a l'alumnat dos exercicis. En el primer se suggereix una tasca d'investigació per mitjà d'Internet. En el segon es proposa emplenar un quadre comparatiu entre el comerç just i el comerç internacional actual.

**Orientacions:** A l'exercici 7 es proposa fer un treball cooperatiu. Cada grup realitza una part de la investigació. Quan s'ajuntin totes podrem tenir una visió global més clara del que són les multinacionals, que controlen un 70% de tot el comerç internacional. Proposem treballar a partir de [www.transnationale.org](http://www.transnationale.org) (si en entrar per segon cop ens demana la subscripció, esborrarem la cookie); però aquesta no és l'única font d'informació. Si l'alumnat té cert domini de l'anglès, també podem utilitzar [www.corpwatch.org](http://www.corpwatch.org). És molt interessant l'exercici per veure la quantitat de "marques conegudes" que són d'una mateixa empresa. Fer un mural de tota la investigació és molt il·lustratiu.

Per fer l'exercici 8 hem de recuperar la investigació obtinguda fins al moment, per la qual cosa ens servirà d'exercici de síntesi. Si es té temps, es pot conèixer alguna organització de comerç just.

---

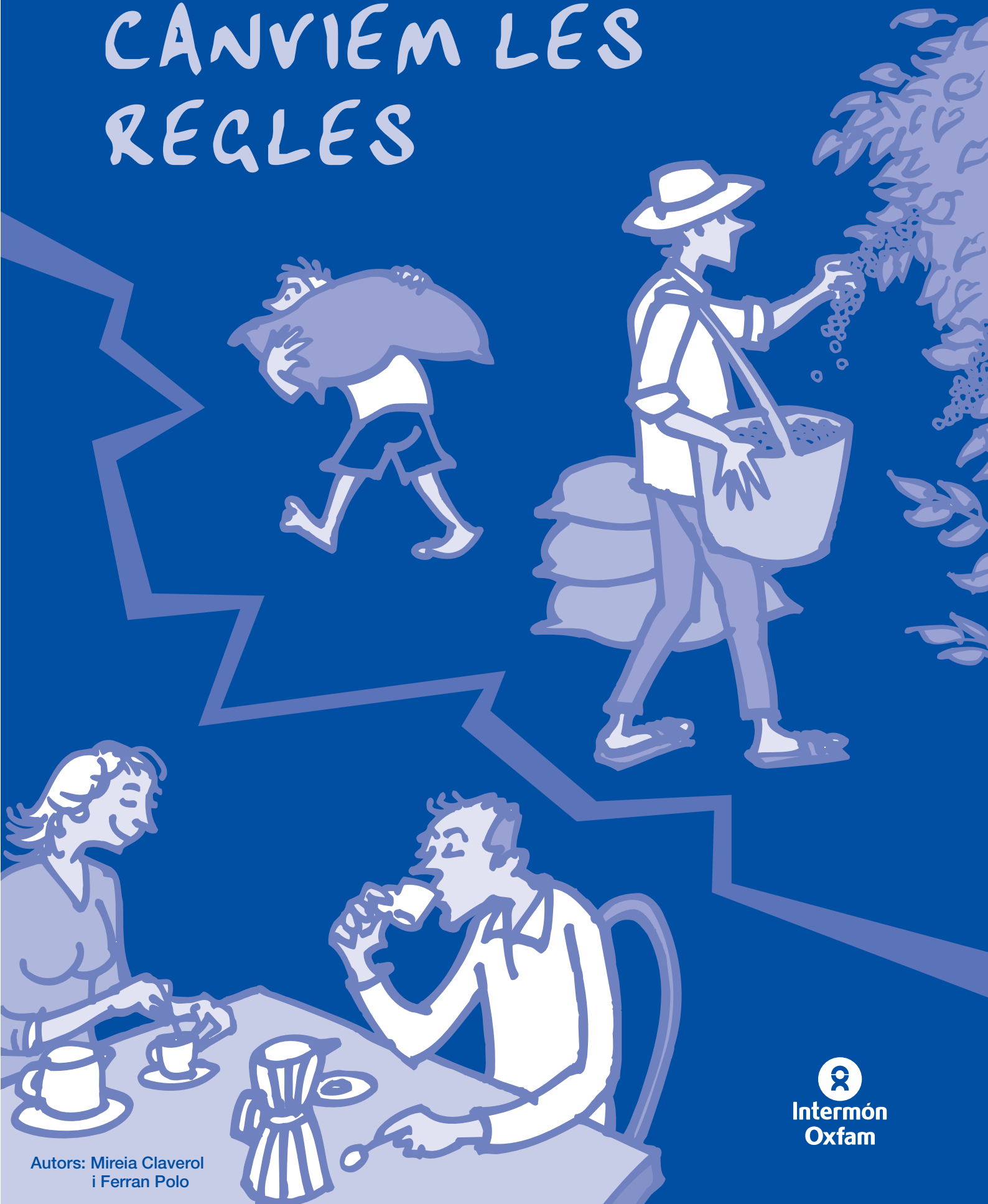
## QUÈ PODEM FER NOSALTRES?

**Objectius:** Fomentar la curiositat per discernir la procedència i les condicions en què s'han produït alguns cafès i altres productes. Donar a conèixer el comerç just i iniciar una reflexió que ens orienti cap al consum responsable. Promoure actituds de participació col·lectiva.

**Orientacions:** Amb relació al primer objectiu, hem de ser conscients que podem conèixer la procedència de pocs productes i el mateix podem dir respecte de les condicions en què s'han produït, però ens podem adonar que no és impossible. Podem parlar del funcionament de les cooperatives de petits productors i productores de cafè i de les botigues de comerç just, on venen productes comprats en aquestes cooperatives. Amb totes dues coses s'aconsegueix que el petit productor de cafè cobri un preu digne per la seva feina. Finalment, cal plantejar com podem ajudar nosaltres, o els nostres pares, després d'haver-los explicat tot el que hem debatut sobre el comerç. Podem animar-los a participar a la campanya "Comerç amb justícia". Si us connecteu a la web [www.comercioconjusticia.com](http://www.comercioconjusticia.com), podreu conèixer més instruccions per posar en marxa les activitats que us proposem. Així us podreu unir a milers de persones que lluitem perquè el comerç internacional contribueixi a eradicar la pobresa.

Secundària

# CANVIEM LES REGLES



Autors: Mireia Claverol  
i Ferran Polo

  
Intermón  
Oxfam

## Objectius:

Motivar, mitjançant una dinàmica vivencial, l'apropament a la complexa realitat del comerç internacional actual. Distingir els conceptes de preu i valor, i també la relació que hi ha entre els dos. Experimentar la injustícia, mirar d'entendre-la amb una anàlisi sistemàtica i elaborar solucions.

## Preparatius:

Anunciarem amb antelació la realització d'un berenar o un esmorzar, sense explicar-ne la finalitat. Podem comprar els ingredients amb diners del pressupost o demanar que cada alumne porti alguna cosa. El dia assenyalat, muntarem una taula que quedi ben atractiva: sucs, aigua, entrepans —sencers i mitjos—, pastissos tallats a porcions, etc., plats, vasos i tovallons. Anunciarem: "Ara anirem a berenar (o esmorzar), però ens ho hem de guanyar i cal que treballem per poder menjar i beure".

## Organització:

En una classe de 25 alumnes farem dos grups: el 20% serà el grup d'afavorits (5 membres); el 80% serà el de desafavorits (20 membres). Els afavorits hauran de fer triangles equilàters de 10 cm de costat; els desafavorits hauran de fer tetràedres de 10 cm d'aresta. A la pissarra es pot fer una demostració de com es fan les dues figures (amb compàs). Els triangles, tallats, i els tetràedres, enganxats amb celo.

Els dos grups han de tenir prou material: paper usat per reciclar, regles, compassos, llapis, gomes i tisores i, per als tetràedres, celo.

## Desenvolupament:

Durant 15 minuts els dos grups faran les seves figures. Un cop transcorregut el temps, aturarem l'activitat, penjarem la llista de preus ja preparada i direm: "S'obre el bar. Cada grup pot venir a canviar la seva producció pel que vulgui menjar o beure. Us heu de posar d'acord abans de venir."

Preus possibles (depèn de l'habilitat de l'alumnat)

Vas de suc de fruita: 6 unitats	Vas d'aigua: 4 unitats
1/2 entrepà: 5 unitats	Entrepà sencer: 8 unitats
Tros de pastís: 5 unitats	

El menjar es bescanviarà per unitats produïdes: tant se val que sigui un triangle com un tetràedre. Lògicament, l'alumnat ha de reaccionar dient: "No s'hi val", "És injust"... En cas contrari, ho hem de provocar: "Us hi conformeu?". Un cop produïda la reacció, començarem el debat (abans o després de menjar, depèn de la seva reacció).

## PISTES PER AL DEBAT

**Per què "no s'hi val" o "és injust"?:** L'alumnat ha d'arribar a la conclusió que no és el mateix fer un triangle que fer un tetràedre.

**Per què no és igual fer un triangle que fer un tetràedre?** L'alumnat ha de veure que el tetràedre és més difícil de fer. Requereix més esforç, més temps de treball. Amb el mateix temps es poden fer més triangles. (La relació aproximada és d'1 a 4).

**Perquè fos just, com hauria de ser?** L'alumnat haurà d'arribar a establir una avaluació proporcional, una equivalència. Si un ha fet 30 triangles en 15 minuts i un altre, en el mateix temps, ha fet 5 tetràedres, la relació hauria de ser: 1 tetràedre = 6 triangles.

**Qui ha provocat la injustícia?** L'alumnat ha de veure que "ha estat el profe qui ha fixat els preus".

**"Jo he estat just, he posat els preus iguals per a tots".** L'alumnat li ha d'objectar: "No has tingut en compte la valoració real dels diferents treballs".

**Quina diferència hi ha, doncs, entre valor i preu?** L'alumnat ha d'adonar-se que el valor d'un producte es mesura segons la feina que ha calgut per fer-lo o per la capacitat que aquest té de cobrir necessitats. El preu són els diners que cal pagar per obtenir un producte. Per exemple, l'aigua té un valor molt alt i un preu molt baix. Un diamant té un preu molt alt i un valor reduït. S'escriuran a la pissarra aquests exemples de diferenciació i es farà un petit mural per penjar a l'aula.

Acabarem amb una reflexió. Pensem en les coses que comprem. Respon a una valoració justa el preu que paguem per cadascuna? Com a exemple, analitzarem el cafè. Per concloure, plantejarem dues preguntes que hauran de respondre individualment: Com t'has sentit quan has vist els preus? Quina conclusió has tret d'aquesta activitat?



Com us heu sentit després del joc "El berenar del comerç"? En el comerç internacional de molts productes, passa una cosa semblant al que passa al joc: hi ha uns productors, uns consumidors i unes grans empreses, que són les que fixen els preus. Fixem-nos en el cas del cafè.

## ELS PRODUCTORS I PRODUCTORES

Tatu Museny és una viuda de trenta-set anys que viu amb els seus sis fills a la regió del Kilimanjaro (Tanzània), en una propietat de menys de mitja hectàrea, on cultiva cafè.

Tatu lluita per proporcionar una educació als seus fills: "L'educació és molt important. Ajudarà els meus fills a tenir una vida millor. Per això lluito tant, per aconseguir els diners que necessito per pagar l'escola." Però aquest any, la seva collita sencera de cafè ha produït menys de 15 dòlars. "Havia planejat enviar el meu tercer fill, Isahid, de nou anys, a l'escola, però no podré fer-ho perquè no aconsegueixo diners suficients amb el cafè. Amb prou feines en tindrè perquè els dos grans puguin continuar anant a l'escola, i encara m'hauré de vendre el porc." (A Tanzània, el cost mitjà d'enviar un nen o una nena a l'escola és d'uns 10 dòlars).

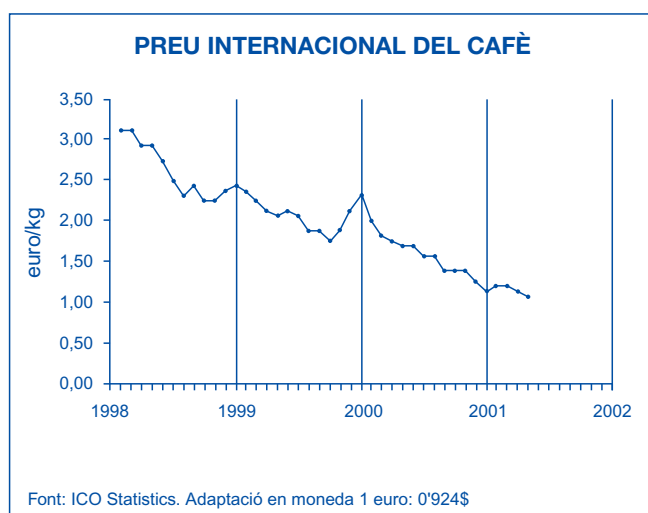
Tatu ha pensat a vendre unes quantes bananes per augmentar els seus efectius, tot i que li fa por que se'n ressenti la nutrició dels seus fills. També mirarà de trobar una feina en altres propietats (en què guanyarà aproximadament un dòlar al dia), i també ha pensat de recollir i vendre herba com a aliment per als animals. Sempre li fa por veure's incapaç d'afrontar la despesa de possibles malalties, si algun dels seus fills agafa pneumònia, malària o diarrea durant l'estació de les pluges.



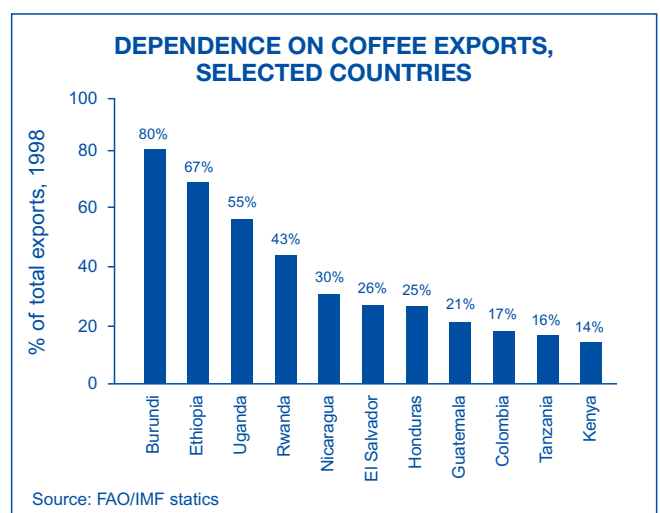
### 1 Quines conseqüències té la baixada del preu del cafè per a molts petits productors (uns 20 milions de famílies d'Àfrica, Amèrica i Àsia), com Tatu?

### 2 Observa el gràfic del preu del cafè i contesta:

Quin és el preu inicial i el final?  
Quant ha disminuït el preu?  
Quin percentatge representa?



### 3 Enumera les conseqüències que pot comportar per a aquests països la caiguda del preu del cafè



# LES MULTINACIONALS



Són grans empreses que tenen la seu i els centres d'investigació tecnològica a la Unió Europea, als Estats Units, al Canadà o al Japó. Produeixen una gran quantitat de productes i reparteixen el procés de producció en diferents països del món. A la majoria d'aquests països del Tercer Món no hi ha cap regulació laboral (sous mínims, llibertat sindical, jornades laborals, festes, seguretat social...) ni cap legislació mediambiental. Compren o subcontracten empreses als països del Sud, que sovint utilitzen nens i nenes com a mà d'obra barata. No paguen impostos i tenen la llibertat de deixar el país quan volen o quan troben altres països on la mà d'obra els resulta més barata. Els governs de molts d'aquests països no solament accepten aquesta situació sinó que l'afavoreixen; ofereixen bones condicions a les multinacionals perquè s'hi instal·lin, hi inverteixin i generin divises per poder pagar el deute extern o per cobrar comissions corruptes. L'objectiu és obtenir el màxim de benefici amb el mínim cost. Sense preocupar-se de Tatu, per exemple.

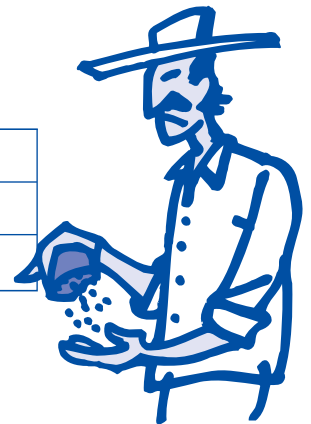
## 4 Calcula el que s'emporta cadascú i comenta els resultats

Un paquet de cafè de 250 g costa 1,30 €

42% a multinacionals	
7% a impostos	
30% a manipulació i transformació	

10% a exportadors i intermediaris	
8% a comerciants i supermercats	
3% a petits productors	

Adaptat de l'Informe de Cafè d'Oxfam Internacional 2002, Sodepau, Setem.  
A partir del preu de venda d'un paquet de cafè a un país europeu.



## 5 Observa la taula següent, llegeix les informacions, torna a mirar el gràfic del preu internacional del cafè i respon: d'on surt el benefici de les grans empreses?

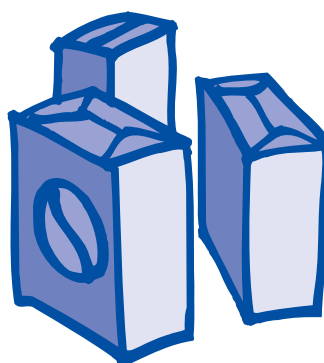
1998	1,47 euros
1999	1,40 euros
2000	1,30 euros
2001	1,16 euros
2002	1,27 euros

Preu mitjà d'un paquet de cafè de 250 g de diferents marques venut a comerços de la ciutat de Barcelona.

**SABIES QUE**  
Les empreses multinacionals compren el gra de cafè als exportadors o als intermediaris, el transformen i el comercialitzen. Al nostre país el mercat del cafè està controlat per unes quantes empreses. Aquestes empreses compren aproximadament el 60% del cafè del món. Cada vegada és més difícil que una petita empresa pugui continuar venent cafè.

**Starbucks, el negoci gegant del cafè, va anunciar un augment dels seus beneficis en un 41% durant el primer trimestre del 2001.**

## 6 Completa la taula amb el nom de les multinacionals propietàries de les marques de cafè més conegudes al nostre país.



Marca	Propietat de
MARCILLA	
SAIMAZA	
EKO	
SOLEY	
NESCAFÉ	
BONKA	

# ELS CONSUMIDORS I CONSUMIDORES

Als consumidors dels països rics o del Nord ens va bé que el preu del cafè no augmenti gaire, malgrat les conseqüències que això implica per als petits agricultors com Tatu i els seus fills.

No tots els que en sortim beneficiats amb aquest comerç injust ens quedem com si no passés res.



**CONSUM CRÍTIC I RESPONSABLE** és l'actitud del consumidor que vol saber d'on procedeix el que compra, com és la vida de qui fa el producte, si es respecta el medi ambient i, sobretot, si es respecten els drets dels treballadors i treballadores.

Però no és fàcil aconseguir tota aquesta informació. Tanmateix, si busquem bé, podrem trobar algunes dades.

## 7 Juguem a investigadors

Us heu de dividir en grups. Uns buscareu informació relativa a les denúncies que s'han fet a les multinacionals del cafè de l'exercici 6, sobre la vulneració dels drets laborals. Uns altres, sobre les agressions mediambientals. Un altre grup pot fer un esquema de cada multinacional i assenyalar quina és la casa mare i quines empreses en depenen. I un altre més pot fer una llista de marques propietat de cada multinacional, assenyalar les que coneixeu i agrupar-les per sectors. Per obtenir aquesta informació podeu navegar per [www.transnationales.org](http://www.transnationales.org)

## 8 Llegeix les característiques del comerç just i completa el quadre tot assenyalant les diferències que hi ha en comparació amb l'actual comerç internacional del cafè

### COMERÇ JUST

És la iniciativa que pretén evitar la injustícia del comerç actual entre els països del Nord enriquits i els del Sud empobrits.

Comerç Just	Comerç Internacional
Els productes es compren el més directament possible als seus productors, en general cooperatives. Se'ls paga un preu just que els permet viure dignament.	Compra-venda a través d'intermediaris i especuladors.
El preu es fixa d'acord amb les cooperatives, segons costos de producció i quantitat de treball realitzat.	
Part de la producció (fins a un 60%) es paga per endavant per poder invertir en desenvolupament social.	
Es fan contractes a llarg termini, que garanteixen la venda de productes durant molt de temps.	
Es promou la igualtat entre homes i dones, i es rebutja l'exploració infantil.	
Es fomenta un procés de producció respectuós amb el medi ambient.	
Es dona assessorament, formació i suport tècnic als productors.	
S'estableix una relació més ètica entre productors del Tercer Món i consumidors del Primer Món i així es trenca la dependència econòmica.	
S'informa als consumidors sobre les condicions de producció.	

# I NOSALTRES, QUÈ PODEM FER?

Participa en la campanya

## **COMERÇ AMB JUSTÍCIA**

[www.comercioconjusticia.com](http://www.comercioconjusticia.com)

### Com?

- Entra a [www.comercioconjusticia.com](http://www.comercioconjusticia.com) i apunta't a la campanya. Seràs un més dels milers de persones d'arreu del món que volem canviar les regles del comerç.

Convida els teus pares, amics i amigues. Us hi podeu adherir tots!

- Envia les teves postals a les empreses que et proposem a la web. Volem aconseguir que les gran companyies, accions per assegurar que els productors de cafè reben un preu digne.

Així, entre tots, podem canviar les regles del comerç just.



## **US HI ESPEREM!!!**